

## บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัวพันธ์. (2543). สถิติอ้างอิงเพื่อการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2).  
เชียงใหม่: ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์.
- การขนส่งทางบก, กรม. (2550, เมษายน 30). ประเภทรถยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.dlt.note.go.th/>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2550, มิถุนายน 19). ยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
[http://www.bangkokbiznews.com/2007/10/04/WW21\\_2111\\_index.php/](http://www.bangkokbiznews.com/2007/10/04/WW21_2111_index.php/).
- ข่าวหุ้น. (2550, มิถุนายน 24). บทวิเคราะห์ยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.kaohoon.com/pg.online/search.aspx?m=&f=%u0E22%u0E32%u0E19%u0E22%u0E19%u0E15%u0E4C>.
- จชาภรณ์ ปัญญาชุนห์. (2546). ทศนคติและพฤติกรรมผู้ใช้บริการเช่าซื้อรถยนต์ของบริษัท  
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จำนงค์ สุวรรณพินิจ. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถปิกอัพขับเคลื่อนสี่ล้อของ  
ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม. (2550, มิถุนายน 30). สถิติอุตสาหกรรมยานยนต์.  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.dtn.moc.go.th/>.
- จัดยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- \_\_\_\_\_. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชวีร์รย์ ยิ้มพงษ์, วนิดา เพิ่มศิริ, พนิดสุภา ธรรมประมวล, และสุกัญญา พยุงสิน. (2549).  
หลักการตลาด. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2544). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์ลิฟ.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุสิต หลิมเจริญ. (2549). ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รถยนต์บรรทุก  
ส่วนบุคคลมือสอง ในจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์. (2550, กุมภาพันธ์ 1). Google Make Me Rich และคอลัมน์นิสต์ของ  
นิตยสาร Financial Freedom. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://trawut.com/4ps-for-googlerich/2007/02/01/>.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2550). ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:  
วัฒนาไคร.

ธงชัย สันติวงษ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

บ้านเมือง. (2550, มิถุนายน 24). ยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.banmuang.co.th/motor.asp>.

บุตรี จารุโรจน์. (2549). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: แมคกรอ ฮิล.

บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ. (2535). การวัดและการประเมินผลการเรียนการสอน.

กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิช.

บุญสม มิตระพหพันธ์. (2542). การบริการพยาบาลสู่คุณภาพ. วารสารการศึกษาพยาบาล.

ประกาศสิทธิ์ พรประภา (2550, กุมภาพันธ์ 1). ผลงานไอที-อี คอมเมิร์ซ รับเทรนด์ใหม่

ตลาดอะไหล่ยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.acassoc.com/o2/Newsdetail.asp?id=627>.

ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ:

แอดวานซ์ รีเสิร์ช.

ผู้จัดการออนไลน์. (2550, มิถุนายน 1). โลยกานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.manager.co.th/Motoring/default.html>.

พรพรม พรหมเทศ. (2548). ธุรกิจเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ท้อป.

พันทิพา จิตรชัยวรพันธ์. (2541). การวิเคราะห์รถยนต์นั่งตรวจการณ์ในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิบูล ทีปะपाल. (2545ก). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

\_\_\_\_\_. (2545ข). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

พิมพ์ชนก ยาวุฒิ. (2540). การวิเคราะห์การจัดองค์กรอุตสาหกรรม ศึกษากรณี

อุตสาหกรรมรถปิกอัพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2546). การบริหารการตลาด การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ

(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เพ็ญจันทร์ แสนประสาน. (2542). การพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลสู่โรงพยาบาลคุณภาพ.

ชมรมพยาบาลโรคหัวใจและทรวงอกแห่งประเทศไทย.

โพสต์ทูเดย์. (2550, มิถุนายน 24). รถยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://scoop.bangkokpost.co.th/autos/>.

มองเศรษฐกิจศาสตร์มาดบริหาร. (2551, มีนาคม 20). ตอนที่ 25 เรื่องการวางแผนการตลาด.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

[http://www.fm100cmu.com/programs\\_detail.php?id\\_sub\\_group=86&id=4311](http://www.fm100cmu.com/programs_detail.php?id_sub_group=86&id=4311).

ยุทธ ไทยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.  
 ริงสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.  
 โลกวันนี้. (2550, มิถุนายน 24). ยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.parliament.go.th/news>.

วัชรา วัชรเสถียร. (2540). การพัฒนาคุณภาพการบริการด้านผู้ให้บริการ. ศึกษาเฉพาะกรณี  
 พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).

วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). การวิเคราะห์และทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค. ซีดีรอม  
 Consumer behavior analysis. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์ทรีม มีเดีย.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วีระศักดิ์ ฝ่ายเดช. (2546). สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์  
 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิไล ทองแผ่. (2542). ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2547). การบริหารการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 2).  
 กรุงเทพฯ: ทิปป์ พอยท์ เพรส.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2540). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : เทคนิค.

ศิริลักษณ์ พรหมศร. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคล  
 กับบุคลิกภาพขอ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโตโยต้า  
 กับฮอนด้า. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

\_\_\_\_\_. (2542). การจัดการหลักการทฤษฎีและการปฏิบัติองค์การและการจัดการ.  
 กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด

ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เออาร์ บีซีเนส เพรส.  
 สยามธุรกิจ. (2549, ตุลาคม 24). ข่าวยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

[http://www.siamturakij.com/home/news/display\\_search.php](http://www.siamturakij.com/home/news/display_search.php)

สฤกษ์พงษ์ เฟงเล็งผล. (2544). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์หนึ่ง  
 ส่วนตัวบุคคลของนักศึกษาปริญญาโท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สันติ ชลกุลจนา. (2541). การตัดสินใจเลือกซื้อรถปิกอัพอีซูซุภายใต้สภาวะค่าเงินบาทลอยตัว.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก.

- ลำอานค์ งามวิชา. (2543). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สุชาติ สังข์เกษม. (2543). เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับต้นของกรมสรรพสามิต รุ่นที่ 5. สำนักเสริมศึกษาและบริหารสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดสายใจ พุชวิมลนะ. (2542). ปัจจัยที่กำหนดความต้องการในการซื้อรถยนต์นั่งใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543ก). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: พี เอ อีฟวิง. \_\_\_\_\_ (2543ข). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: พี. เอ. ลีฟวิง, 2543
- สุวรรณ กาญจนเมฆากุล. (2548, กุมภาพันธ์ 1). บทเรียนออนไลน์ การบริหารการตลาด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.geocities.com/computer472/022548/marketing.htm>
- สุวิทย์ ศิริโกคาภิรมย์. (2541). การวิจัยทางการศึกษา. ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.
- สุวัชร คุภกาญจนเดชากุล. (2540). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ดิรภานนท์. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์แนวทฤษฎีการปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล มั่นจริง. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เอช เอ็น กรุ๊ป.
- สุวิมล มั่นจริง และ เกยูร ไบบักลิ้น. (2550). การส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: ทริปเฟลด์ เอ็ดดูเคชั่น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2549). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอสพีเอส.
- เสาวภา มีถาวรกุล. (2546). การจัดการสมัยใหม่. วารสารทหารเงินเดือน.
- อนุพงศ์ พลประอินทร์. (2551, พฤษภาคม 20). การตลาด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http://dnfe5.nfe.go.th/ilp/occupation/45104/4510404\\_1.html](http://dnfe5.nfe.go.th/ilp/occupation/45104/4510404_1.html).
- อนุวัฒน์ คุภชุกติกุล. (2541). ก้าวแรกของ TQM / CQI ในโรงพยาบาล. กรุงเทพฯ: ดีไซร์
- อัจฉิมา เศรษฐบุตร์ และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2549). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2550, มิถุนายน 28). สถิติยานยนต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.fti.or.th/>.
- Argyris, C. (1991). *The applicability of organizational sociology*. London, cambridge University Press.
- Bhowbandee, C. (2002). *Factors affecting change of successful privatization of public telecommunication organizations in thailand*. The Degree of Doctor of Philosophy. School of Public Administration.

- Bose, R. (2002). **Customer relationship management: key components for IT success**, Industrial Management & Data Systems.
- Bradshaw, P.D., & Brash, L.C. (2001). **Managing customer relationship in the e-business world: how to personalize computer relationships for increased profitability**, International Journal of Retail & Distribution Management.
- Chaplain, J.P. (1994). **Dictionary of psychology**. Englewood cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Dwan, H. D. (1999). **The journal of advertising**. Brand edorsement, popularity, and Event sponsorship as advertising cues affecting consumer pre-purchase attitudes.
- Galaner, E. (1966). **Textbook of elementary psychology**. San Francisco. California: holden-Day.
- Gore, W.J., & Dyson, J. (1964). **The making of decision, A reading In administrative behavior**. New York : Free Press of Glances Collier of Mc Millon.
- Groonrooms, C. (2001). **Developing Service Quality : Some Managerial Implications**. Research report presented at fifteenth annual conference of the European Marketing Academy, Helsinki, Finland
- \_\_\_\_\_. (2001). **Service Management and Marketing : Managing the Moment of Truth inService Competition**. Lexington, Mass. Lexington Books
- Klein, R.S., & Lansing, D.P. (2000). **Translating strategy into action : The balanced scorecard**. Boston, Massachusetts: Havard Business School.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management: Analysis, Plannin**.
- Levin, J. (2000). **Relationship marketing**, Forbes, 20 December.
- Light, B. (2001). **A review of the issues associated with customer relationship management systems**, Proceedings of the (9<sup>th</sup> cd.). European Conference on Information Systems.
- Lovelock, C. (2002). **Nciple of Service Marketing and management**, Prentice-Hall International.
- Peter, W. (1995). **Journal of consumer research**. Persuasion Knowledge.: Lay People's and Researchers' Beliefs about the Psychology of Advertising. New April : Prentice-Hall.

- Richard, F.P. (1993). ***Measuring Customer Satisfaction***. (3<sup>rd</sup> ed.). London: Oxford University.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, W.K. (1991). **Organizational Behavior and Management**. Ohio: Von Hoffman.
- Schiffman, L.G., & Leslie K. (1996). **Consumer behavior** (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Schilkrut, A. (2000). **Managing customer relationship channels through pricing and service quality**. America: Massachusetts Institute of Technology.
- Shelly, M. W. (1995). **Responding to social change**. Pennsylvania: Dowden hutchison and ross.
- Swift, R. (2001). **Accelerating Customer Relationship using CRM and Relationship Technologies**, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Vavra T. G. (1992). **Aftermarketing : How to Keep Customer for Life Through Relationship Marketing**. New March : Prentice-Hall.
- Walter C. G. (1978). **Consumer behavior: Theory and practice** (3<sup>rd</sup> ed.). Homewood Illinois: Richard D. Irwin.